



KONKURENCES PADOME

Blaumaņa ielā 5a, Rīgā, LV-1011 ♦ Tālrunis 7282865 ♦ Fakss 7242141

L Ē M U M S

Rīgā

Nr. 121

(Prot. Nr.52, 2.§)

2007.gada 26.septembrī

Par lietas izpētes izbeigšanu

Lieta Nr.1293/07/08/12

Par Reklāmas likuma 8.pantā noteiktā aizlieguma pārkāpumu SIA „Juniversal” darbībās

Konkurences padome 31.05.2007. saņēma SIA „Novatours” 30.05.2007. iesniegumu (turpmāk tekstā – Iesniegums), kurā lūgts izvērtēt SIA „JTL Tour Operator” sniegtās reklāmas (turpmāk tekstā – Reklāma) masu saziņas līdzekļos atbilstību Reklāmas likuma 8.pantam.

Pēc Iesniedzēja ieskata ar radio un televīzijā sniegto maldinošo Reklāmu, kurā norādīts, ka JTL ir „tūoperators Nr.1 Latvijā”, ir pārkāptas Reklāmas likuma normas. Iesniegumā norādīts, ka minēto Reklāmu Iesniedzējs pirmo reizi dzirdējis „Europa Plus” radiostacijā 21.05.2007., un ka Reklāma tiek translēta arī televīzijas kanālos „Ren TV” un „LNT”.

Iesniedzējs uzskata, ka Reklāma, kurā norādīts „tūoperators Nr.1”, ir maldinoša un liek domāt, ka tajā norādītais tūoperators ir vadošais un labākais tūoperators starp tūrisma operatoriem, lai gan tas netiek pamatots ar kādiem konkrētiem faktiem, kas pierādītu konkrētā tūoperatora pārkāpumu pār citiem.

Vadoties no iepriekš minētā, Iesniegumā lūgts Konkurences padomei izvērtēt izplatītās Reklāmas atbilstību Reklāmas likuma 8.pantam; aizliegt šīs Reklāmas tālāku izplatīšanu un uzlikt par pienākumu publiski atsaukt to; lemt jautājumu par lietvedības uzsākšanu administratīvā pārkāpuma lietā un sodīt reklāmas devēju par konstatētajiem Reklāmas likuma pārkāpumiem.

Konkurences padome 19.06.2007. saņēma no SIA „JTL Tour Operator” vēstuli, kurā norādīts, ka tā līdz šim brīdim vēl nav iesaistījusies nekāda veida civiltiesiskajās attiecībās, kuras regulētu reklāmas izgatavošanu vai arī reklāmas izplatīšanu masu saziņas līdzekļos. Cita starpā SIA „JTL Tour Operator” norādījusi, ka Novatours Iesniegumā minēto Reklāmu izplata SIA „Juniversal”, kuras abreviatūra ir JTL tūoperators.

Konkurences padome 24.07.2007. saņēma no SIA „Juniversal” vēstuli, kurā apstiprināts, ka Iesniegumā norādītās Reklāmas devējs ir SIA „Juniversal”.

Konkurences padome, pamatojoties uz Reklāmas likuma 14.panta pirmo daļu un Administratīvā procesa likuma 55.panta 1.punktu, 25.07.2007. uz SIA „Novatours” 30.05.2007. iesnieguma pamata nolēma (protokola Nr.42, 8.§) ierosināt lietu par Reklāmas likuma 8.pantā noteiktā aizlieguma pārkāpumu SIA „Juniversal” darbībās, sniedzot Reklāmu, kurā norādīts, ka JTL ir tūroperators Nr.1 Latvijā.

Konkurences padome, pamatojoties uz Reklāmas likuma 14.panta otro daļu, 08.08.2007. nolēma (protokola Nr.45, 4.§) pagarināt lēmuma pieņemšanas termiņu lietā uz laiku līdz 2007.gada 26.septembrim.

Konkurences padome, ņemot vērā SIA „Novatours” Iesniegumā norādīto un papildus iegūto informāciju,

konstatēja:

Lietā iegūtā informācija un lietas dalībnieku viedokļi.

[1] Konkurences padome 25.07.2007. saņēma SIA „Juniversal” 24.07.2007. vēstuli Nr.24/07/07/02, kurā sniegta informācija un paskaidrojumi par Iesniegumā norādītās Reklāmas atbilstību Reklāmas likuma noteikumiem. T.sk., apstiprināts, ka Reklāmas pasūtītājs ir SIA „Juniversal”; ka SIA „Juniversal” Latvijas tūrisma tirgū darbojas no 1991.gada, un tādējādi ir visvecākais tūrisma operators Latvijā; ka Reklāmas izgatavotājs un izplatītājs, pamatojoties uz 07.07.2006. līgumu Nr.05/2006 Par reklāmas pakalpojumu sniegšanu, kas noslēgts starp SIA „Shark Media” un SIA „Juniversal”, ir SIA „Shark Media”; ka Reklāma izplatīta divos veidos, t.i., 1) Reklāma televīzijā (televīzijas kanālos LNT, PBK, Ren TV Baltijas versija, PBMK) un 2) Reklāma radio (radio stacijās Skonto Radio, Novoje Radio, Radio Mix FM, Radio PIK); ka minētajos masu medijos Reklāma izplatīta laika periodā no 01.05.2007. līdz 30.05.2007.; ka Reklāmas idejas autors un izgatavotājs ir SIA „Shark Media”; ka televīzijā pārraidītajai Reklāma bija trīs dažādi reklāmas klipī, tiem visiem bija kopīgs mērķis un uzdevums –informēt iespējamo patērētāju par tūroperatori JTL, kā arī informēt patērētājus par atļaidēm (piemēram, atļaides ceļojumiem jūlijā mēnesī; ģimenei braucot tūrisma braucienā, bērns ceļo par brīvu); ka galvenais uzsvars Reklāmā likts uz augstas kvalitātes nodrošināšanu – „*Esiet pieraduši pie laba servisa, ceļojot kopā ar tūroperatori JTL?*”; ka Reklāmas mērķauditorija ir Latvijas Republikas iedzīvotāji, kuri plāno doties tūrisma atpūtas braucienos vasaras periodā; ka, ietverot Reklāmā raksturojumu „JTL tūroperators Nr.1 Latvijā”, SIA „Shark Media” ņēmusi vērā divus būtiskus apstākļus: 1) kā iepriekš norādīts, SIA „Juniversal” Latvijas tūrisma tirgū kā tūrisma operators darbojas no 1991.gada un tādējādi saskaņā ar SIA „Lursoft” sniegtajiem datiem ir uzskatāms par visvecāko tūrisma operatoru starp visiem tūrisma operatoriem Latvijā; 2) veicot rūpīgu tūroperatori piedāvājumu analīzi maija mēnesim, t.i., izvērtējot Latvijas četru lielāko tūroperatori (Tez Tour, Novatours, Alida Tūrs, JTL) piedāvātos tūrisma braucienus –lidojumus (čarterreiskus) no Latvijas un pārdoto vietu skaitu lidmašīnās, tika secināts, ka SIA „Juniversal” maija mēnesī bija līderis pārdoto lidmašīnu vietu skaita ziņā; ka SIA „Juniversal” Latvijā darbojas tūrisma tirgū gan kā tūroperators, gan kā tūrisma aģentūra; ka SIA „Juniversal” kā tūroperatori Latvijā ir šādi tirgus konkurenti: tūroperatori Tez Tour, tūroperatori Novatours, tūroperatori Alida Tūrs, tūroperatori Domina Travel, tūroperatori Begonija.

Minētajā vēstulē paskaidrots, ka SIA „Juniversal” nepiekrīt Iesniedzēja norādītajiem iebildumiem par to, ka Reklāma ir maldinoša un liek domāt, ka SIA „Juniversal” ir „vadošais un labākais tūroperatori starp tūrisma operatoriem”; ka televīzijā demonstrētajos Reklāmas klipos uzsvars netiek likts uz „tūroperatori Nr.1”, bet gan uz patērētāja informēšanu par

tūroperatora piedāvātajām atļaidēm; ka „tūrooperators Nr.1” ir patērētājam redzams uzraksts Reklāmas noslēguma daļā; ka savukārt radio stacijās translētajos Reklāmas klipos devīze „tūrooperators Nr.1” tiek izrunāta Reklāmas klipa noslēguma daļā neiespējamās vizualizācijas dēļ; ka ne televīzijā, ne radio stacijās izplatītajā Reklāmā netiek sniegta informācija, kuru varētu uzskatīt, ka tūrooperators JTL ir labākais un vadošais tūrooperators Latvijā; ka norādes „Nr.1” šajā gadījumā skaidrojums balstīts uz „visvecākais” un „visvairāk pārdoto vietu skaits lidmašīnās maija mēnesī”.

Konkurences padomē 11.09.2007. tikšanās laikā SIA „Juniversal” sniedza papildus informāciju un paskaidrojumus lietā, t.sk., norādīja, ka *JTL* ir SIA „Juniversal” abreviatūra, kas tulkojumā nozīmē „Juniversal Touroperator Latvia”; ka SIA „Juniversal” ir uzņēmums, kas darbojas gan kā tūrooperators, gan kā tūrisma aģentūra; ka tūrisma aģentūra tiek saukta kā SIA „Juniversal”, savukārt tūrooperators –kā *JTL* jeb „Juniversal Touroperator Latvia”; ka abreviatūru *JTL* SIA „Juniversal” izmanto kopš tās dibināšanas brīža un ar šo abreviatūru patērētāji atpazīst SIA „Juniversal”; ka *JTL* uz šo brīdi nav reģistrēta kā preču zīme.

Konkurences padome 14.09.2007. saņēma SIA „Juniversal” 14.09.2007. vēstuli Nr.14/-9/2007/-1, kurā sniegta papildus informācija lietā par Reklāmas izplatīšanas laiku.

[2] Konkurences padome 09.08.2007. saņēma SIA „Novatours” 09.08.2007. vēstuli, kurā sniegts viedoklis par SIA „Juniversal” 24.07.2007. vēstulē Nr.24/07/07/02 sniegtajiem paskaidrojumiem. T.sk., norādīts, ka pēc SIA „Novatours” ieskata fakts, ka SIA „Juniversal” ir vecākais tūrooperators Latvijā, nedod tiesības izplatīt masu medijos Reklāmu, kurā ietverta norāde „tūrooperators Nr.1 Latvijā”, jo šāds Reklāmas teksts nekādi neasociējas un nenorāda uz uzņēmuma vecumu; ka arī fakts, ka pēc konkrētajā mēnesī veiktajiem aprēķiniem SIA „Juniversal” varētu būt pārdevusi vairāk aviobiļešu uz čartera reisiem, nekā citi tūrooperatori, nedod tiesības saukt sevi par tūrooperatoru Nr.1 Latvijā kopumā, nesaistot to ar konkrētu laika periodu un sakarā ar noteiktiem kritērijiem vai jomu (piemēram, lidojuma galamērķi), kurā uzskata sevi par tādu, un neatspoguļojot to Reklāmā; ka fakts, ka Reklāma pārraidīta tikai maija mēnesī, attiecībā uz kuru tika veikts aprēķins, nav attaisnojums Reklāmas izplatīšanai tieši ar tādu tekstu, jo Reklāmas teksts nevienā brīdī nenorāda, ka tūrooperatoram piedēvētās labās īpašības piemita tikai maija mēnesī un attiecībā uz pārdoto aviobiļešu uz čartera reisiem skaitu; ka šāda Reklāma maldina un var ietekmēt potenciālo tūristu ekonomisko rīcību un negatīvi ietekmēt citus tūrooperatorus ne tikai Reklāmas izplatīšanas brīdī, bet arī nākotnē; ka tādējādi SIA „Novatours” uzskata, ka SIA „Juniversal” nav ievērojusi Reklāmas likumā noteikto aizliegumu izplatīt maldinošu reklāmu.

[3] Konkurences padome 24.08.2007. saņēma Latvijas Tūrisma aģentu asociācijas 24.08.2007. vēstuli Nr.8/5, kurā sniegta atbilde uz Konkurences padomes Biroja 17.08.2007. vēstuli Nr.1985.

Minētajā vēstulē norādīti kritēriji, pēc kādiem pēc Latvijas Tūrisma aģentu asociācijas ieskata varētu vērtēt tūrisma operatoru darbību tirgū, lai tam būtu nozarē vispāratzītas tiesības saukt sevi „tūrisma operators Nr.1”: 1) gada pārdošanas apjoms salīdzinājumā ar citiem tūrisma operatoriem, kas salīdzināms, pirmkārt, pēc pārvadāto pasažieru skaita, un, otrkārt, pēc apgrozījuma; 2) tūrisma operatoram jābūt atpazīstamam tirgū un ar labu reputāciju.

[4] Konkurences padome 31.08.2007. saņēma a/s „Alida Tūrs” 29.08.2007. vēstuli, kurā sniegta atbilde uz Konkurences padomes Biroja 22.08.2007. vēstuli.

Minētajā vēstulē norādīts, ka pēc a/s „Alida Tūrs” ieskata devīze „tūrooperators Nr.1” neievieš konkrētību, jo nenosaka tūrooperatoru salīdzinājuma kritērijus; ka tūrisma biznesā ir vairāki darba rezultātu novērtēšanas kritēriji, vieni no pamatnoteikumiem ir apkalpojamo tūristu skaits, piedāvāto pakalpojumu kvalitāte, piedāvāto tūrisma pakalpojumu cena; ka

attiecīgi var tikt izmantotas devīzes „tūoperators Nr.1 pēc apkalpojamo tūristu skaita”, „tūoperators Nr.1 pēc piedāvāto pakalpojumu kvalitātes”, „tūoperators Nr.1 pēc piedāvāto tūrisma pakalpojumu cenas”; ka devīze „tūoperators Nr.1” liek domāt, ka konkrētais tūoperators skaitās līderis pēc visiem tūrisma biznesa pamatnoteikumu kritērijiem, t.i. apkalpojamo tūristu skaits, piedāvāto pakalpojumu kvalitāte, piedāvāto tūrisma pakalpojumu cena; ka pēc a/s „Alida Tūrs” ieskata, lai tūoperators varētu saukt sevi par „tūoperatoru Nr.1” pēc viena no kritērijiem, viņam nepieciešams būt līderim vienā no kritērijiem ne mazāk kā trīs gadus, un jābūt nepieciešamajiem līdera pozīciju pierādījumiem no neieinteresētajām organizācijām.

[5] Konkurences padome 03.09.2007. saņēma SIA „Tez Tour” 31.08.2007. vēstuli, kurā sniegta atbilde uz Konkurences padomes Biroja 16.08.2007. vēstuli Nr.1967.

Minētajā vēstulē norādīts, ka pēc SIA „Tez Tour” ieskata tūrisma operatoru vislabāk raksturojošais objektīvais, izmērāmais kritērijs ir ārvalstu ceļojumos sezonā nosūtīto personu skaits; ka šis raksturlielums vislielākajā mērā ir uztverams patērētājam, atšķirībā no, piemēram, apgrozījuma, peļņas u.c. izmērāmiem kritērijiem, kas plašākai sabiedrībai nav zināmi un nav būtiski; ka tūrisma industrijai ir izteikti sezonāls raksturs, tādēļ objektīvi izmantot šo kritēriju, kas dotu pamatu lietot paziņojumu „Nr.1”, „lielākais”, „vadošais” vai tml. iespējams tikai pēc attiecīgās sezonas noslēguma; ka līdz ar to pēc SIA „Tez Tour” ieskata šobrīd objektīvs pamats šādam paziņojumam var būt tikai iepriekšējās sezonas faktiskie rādītāji; ka šāda veida paziņojums, kas balstīts uz atskaites periodu, kas ir īsāks par sezonu (piemēram, mēnesis, nedēļa, diena) pēc SIA „Tez Tour” ieskata uzskatāms par neobjektīvu un maldinošu.

[6] Konkurences padome 06.09.2007. saņēma a/s „Alida Tūrs” 06.09.2007. vēstuli, kurā sniegta atbilde uz Konkurences padomes Biroja 31.08.2007. vēstuli Nr.2119; Konkurences padome 11.09.2007. saņēma SIA „Juniversal” 11.09.2007. vēstuli, kurā sniegta atbilde uz Konkurences padomes Biroja 31.08.2007. vēstuli Nr.2120; Konkurences padome 12.09.2007. saņēma SIA „Novatours” 11.09.2007. vēstuli Nr.105/7, kurā sniegta atbilde uz Konkurences padomes Biroja 31.08.2007. vēstuli Nr.2117; Konkurences padome 12.09.2007. saņēma SIA „Tez Tour” 10.09.2007. vēstuli, kurā sniegta atbilde uz Konkurences padomes Biroja 31.08.2007. vēstuli Nr.2118. Minētajās vēstulēs a/s „Alida Tūrs”, SIA „Juniversal”, SIA „Novatours” un SIA „Tez Tour” sniegušas informāciju par konkrētā tūrisma operatora pārvadāto pasažieru skaitu laika periodā no 2006.gada maija līdz 2007.gada jūnijam.

T.sk., Konkurences padome 11.09.2007. saņēma SIA „Latcher Airlines” 11.09.2007. vēstuli Nr.659/2007, kurā sniegta atbilde uz Konkurences padomes Biroja 30.08.2007. vēstuli Nr.2108, un 12.09.2007. saņēma a/s „Air Baltic Corporation” 10.09.2007. vēstuli Nr.813/09/07, kurā sniegta atbilde uz Konkurences padomes Biroja 30.08.2007. vēstuli Nr.2109. Minētajās vēstulēs SIA „Latcher Airlines” un a/s „Air Baltic Corporation” sniegušas informāciju par SIA „Tez Tour”, a/s „Alida Tūrs”, SIA „Novatours” un SIA „Juniversal” pārvadāto pasažieru skaitu laika periodā no 2006.gada maija līdz 2007.gada jūnijam.

[7] Konkurences padome 06.09.2007. saņēma Latvijas Republikas Uzņēmumu reģistra 03.09.2007. vēstuli Nr.7-3-105996, kurā sniegta atbilde uz Konkurences padomes Biroja 30.08.2007. vēstulē Nr.2110 norādīto lūgumu sniegt informāciju par a/s „Alida Tūrs”, SIA „Tez Tour”, SIA „Novatours” un SIA „Juniversal” peļņas vai zaudējumu aprēķinu par 2006.gadu.

[8] Konkurences padomē 14.09.2007. tikšanās laikā SIA „Juniversal” iepazīs ar lietā Nr.1293/07/08/12 esošajiem materiāliem un apstiprināja, ka SIA „Juniversal” savu viedokli ir sniegusi 14.09.2007. vēstulē Nr.14/-9/2007/-1, un ka cits viedoklis lietā netiks sniegts.

[9] Konkurences padomē 14.09.2007. tikšanās laikā SIA „Novatours” iepazīnās ar lietā Nr.1293/07/08/12 esošajiem materiāliem un apstiprināja, ka SIA „Novatours” savu viedokli ir sniegusi Konkurences padomei nosūtītajās vēstulēs, un ka cits viedoklis lietā netiks sniegts.

Lēmumu pamatojošā daļa

[10] Iesniegumā norādītā SIA „Juniversal” televīzijā un radio sniegtā informācija par tūrisma operatoru JTL, ņemot vērā tās saturu, pasniegšanas veidu, ir uzskatāma par reklāmu Reklāmas likuma 1.panta izpratnē.

[11] Iesniegumā norādītās Reklāmas devējs, ievērojot Reklāmas likuma 10.panta pirmajā daļā noteikto, ir SIA „Juniversal”. Saskaņā ar Reklāmas likuma 10.panta otro daļu *reklāmas devējs ir atbildīgs par reklāmas saturu*. Savukārt Reklāmas likuma 10.panta trešā daļa nosaka, ka *reklāmas devējs ir tiesīgs izgatavot, pasūtīt, izplatīt vai nodot izplatīšanai tikai tādu reklāmu, kas nav pretrunā ar šo likumu un citiem normatīvajiem aktiem*.

[12] Saskaņā ar lietā esošo pārbaudīto informāciju Reklāma sniegta zemāk norādītajos veidos šādā laika periodā:

- televīzijas kanālā „Latvijas Neatkarīgā televīzija” (LNT) –no 03.05.2007. līdz 09.06.2007.
- televīzijas kanālā „Pirmais Baltijas kanāls” (PBK) –no 03.05.2007. līdz 10.06.2007.
- televīzijas kanālā „Pirmais Baltijas Muzikālais kanāls” (PBMK) –no 03.05.2007. līdz 10.06.2007.
- televīzijas kanālā „Ren TV” Baltijas versija (REN TV) –no 03.05.2007. līdz 10.06.2007.
- radio stacijā „Skonto Radio” –no 03.05.2007. līdz 31.05.2007.
- radio stacijā „Novoje Radio” –no 03.05.2007. līdz 31.05.2007.
- radio stacijā „Mix FM” –no 03.05.2007. līdz 31.05.2007.
- radio stacijā „PIK” –no 03.05.2007. līdz 10.06.2007.

Minētajos televīzijas kanālos izplatīti trīs dažāda veida Reklāmas klipī latviešu un krievu valodā, tajos vienlaicīgi izmantota informācijas audiovizuālā (attēls, teksts un skaņa) pasniegšanas forma. Visos Reklāmas klipos attēlota ģimene (vīrietis, sieviete un bērns) dažādās dzīves situācijās. Minētās vizuālās demonstrācijas laikā balss aiz kadra sniedz šāda satura informāciju:

„Esat pieraduši pie laba servisa?

Tātad atpūtieties ar JTL!

Atpūta ar tūroperatoru JTL –laiks bez rūpēm!”

Reklāmas nobeigumā attēlots tūroperatora JTL logo, zem tā uzraksts „Tūrooperators Nr.1 Latvijā. www.jtl.lv”.

Iepriekš norādītajās radio stacijās izplatīti trīs dažāda satura Reklāmas ieraksti latviešu un krievu valodā. Minētajos Reklāmas ierakstos vispirms sniegta informācija *par tūroperatora JTL rīkotajām akcijām un atļaidēm ceļojumiem jūlija mēnesī uz Tunisiju, Antāliju un Krētu*. Tālāk Reklāmas ierakstos norādīts, ka „*tūrooperators JTL –Nr.1 Latvijā*”, un sniegts šāda satura paziņojums: „*Esat pieraduši pie laba servisa? Tātad atpūtieties ar JTL! Atpūta ar tūroperatoru JTL –laiks bez rūpēm!*”

[13] SIA „Novatours” ir Latvijas Republikas Uzņēmumu reģistrā 29.12.2000. reģistrēta (vienotais reģ.Nr.40003525782) komercsabiedrība (ierakstīta komercreģistrā 12.07.2004.), kas sniedz tūrisma operatora pakalpojumus Latvijas Republikas teritorijā.

SIA „Juniversal” ir Latvijas Republikas Uzņēmumu reģistrā 20.12.1991. reģistrēta (vienotais reģ.Nr.50103034261) komercsabiedrība (ierakstīta komercreģistrā 06.01.2004.), kas sniedz tūrisma operatora pakalpojumus Latvijas Republikas teritorijā.

Ņemot vērā minēto, administratīvā procesa dalībnieku sniegtos paskaidrojumus, to, ka abas minētās komercsabiedrības sniedz tūrisma operatora pakalpojumus Latvijas Republikas teritorijā, SIA „Novatours” un SIA „Juniversal” ir uzskatāmas par konkurentēm.

[14] Iesniegumā SIA „Novatours” iebildumi pēc būtības ir par to, ka SIA „Juniversal” televīzijā un radio sniegtajā Reklāmā ietvertais Paziņojums „*tūroperators JTL ir Nr.1 Latvijā!*” neatbilst patiesībai. Pēc Iesniedzēja ieskata šāds Reklāmas Paziņojums liek maldinoši domāt, ka tūroperators JTL ir vadošais un labākais tūroperators starp tūrisma operatoriem, lai gan tas netiek pamatots ar kādiem konkrētiem faktiem, kas pierādītu konkrētā tūroperatora pārkāpumu pār citiem.

[15] Saskaņā ar Reklāmas likuma 8.panta pirmo daļu *maldinoša reklāma ir aizliegta*. Reklāmas likuma 8.panta otrajā daļā ir noteikts, ka *maldinoša reklāma ir tāda reklāma, kura jebkādā veidā, ieskaitot tās pasniegšanas veidu, tieši vai netieši maldina vai varētu maldināt un kura sava maldinošā rakstura dēļ varētu ietekmēt personas ekonomisko rīcību vai kura kaitē vai varētu kaitēt konkurentam*. Atbilstoši Reklāmas likuma 8.panta trešajai daļai, *nosakot, vai reklāma ir maldinoša, ņem vērā visas reklāmas pazīmes –atsevišķo sastāvdaļu un kopējo saturu, noformējumu, īpaši jebkuru informāciju, kas reklāmā sniegta par reklāmas devēju, arī tā identitāti un labajām īpašībām, kvalifikāciju, īpašumtiesībām vai apbalvojumiem*.

Pārbaudot apstrīdētās reklāmas atbilstību Reklāmas likuma noteikumiem, Konkurences padome konsekventi ir atzinusi, ka reklāmas izvērtējumā ir jāņem vērā tas, kā reklāmā sniegto informāciju uztvertu vidusmēra patērētājs. Līdz ar to iespējamā maldinājuma mērogs nav paviršs, nolaidīgs un vieglprātīgs, bet gan vidusmēra patērētājs, kurš ir samērā labi informēts, vērīgs un piesardzīgs. Izvērtējot SIA „Juniversal” Reklāmu, jāievēro Konkurences padomes līdzšinējā prakse Reklāmas izvērtējumā ņemt vērā vidusmēra patērētāja uztveri (Konkurences padomes 08.11.2005. lēmums Nr.60, Latvijas Vēstnesis Nr.186, 22.11.2005.; Konkurences padomes 04.10.2006. lēmums Nr.110, Latvijas Vēstnesis Nr.180, 09.11.2006, Konkurences padomes 23.05.2007. lēmums Nr.46, Latvijas Vēstnesis Nr.89, 05.06.2007.). Minēto reklāmas izvērtēšanas veidu par pamatotu un pareizu ir atzinusi arī Administratīvā apgabaltiesa (Administratīvās apgabaltiesas 08.11.2005. spriedums lietā Nr.AA597-05/6, 17.punkts), un tas atbilst arī Eiropas Kopienų tiesas praksē atzītajiem reklāmas izvērtējuma kritērijiem (skat. Eiropas Kopienų tiesas 25.10.2001. spriedums lietā Nr.C-112/99, 52.paragrāfs, <http://curia.europa.eu/jurisp...>; Eiropas Kopienų tiesas 08.04.2003. spriedums lietā Nr.C-44/01, 55.paragrāfs, <http://curia.europa.eu/jurisp...>; Eiropas Kopienų tiesas 19.09.2006. spriedums lietā Nr.C-356/04, 78.paragrāfs, <http://curia.europa.eu/jurisp...>).

Konkrētajā gadījumā Reklāmas mērķauditorija saskaņā ar SIA „Juniversal” 24.07.2007. vēstulē Nr.24/07/07/02 norādīto, ir Latvijas Republikas iedzīvotāji, kuri plāno doties tūrisma atpūtas braucienos vasaras periodā.

[16] Konkurences padome ir izvērtējusi SIA „Novatours” iebildumus par Reklāmas likuma 8.panta iespējamo pārkāpumu SIA „Juniversal” darbībās, sniedzot Iesniegumā norādītā satura Reklāmu, un konstatē sekojošo.

SIA „Juniversal”, sniedzot paskaidrojumus par Reklāmas atbilstību Reklāmas likuma noteikumiem, 24.07.2007. vēstulē Nr.24/07/07/02 norādīja, ka Reklāmā sniedzot konkrēto Paziņojumu, ņemti vērā divi būtiski apstākļi: 1) SIA „Juniversal” ir visvecākais tūrisma operators starp visiem tūrisma operatoriem Latvijā, un Latvijas tūrisma tirgū SIA „Juniversal” komercdarbību veic kopš 1991.gada; 2) atbilstoši a/s „Air Baltic Corporation” un

SIA „Latcher Airlines” sniegtajai informācijai 2007.gada maijā (t.i., laikā, kad televīzijā un radio tika sniegta apstrīdētā Reklāma) SIA „Juniversal” bija līderis lidmašīnās pārdoto pasažieru vietu skaita ziņā.

SIA „Novatours” 09.08.2007. vēstulē norādījusi, ka SIA „Juniversal” 24.07.2007. vēstulē Nr.24/07/07/02 norādītais fakts, ka SIA „Juniversal” ir vecākais tūroperators Latvijā, nedod tiesības izplatīt masu medijos Reklāmu ar konkrēto Paziņojumu, jo tas nekādā veidā neasociējas un nenorāda uz uzņēmuma vecumu; ka arī fakts, ka pēc konkrētajā [t.i. maijā] mēnesī veiktajiem aprēķiniem SIA „Juniversal” varētu būt pārdevusi vairāk aviobiļešu uz čartera reisiem, nekā citi tūroperatori, nedod tiesības saukt sevi par tūroperatori Nr.1 Latvijā kopumā, nesaistot to ar konkrētu periodu un sakarā ar noteiktiem kritērijiem vai jomu (piemēram, lidojuma galamērķi), kurā uzskata sevi par tādu, un neatspoguļojot to Reklāmā; ka, t.sk., Reklāmā netiek norādīts, ka tūroperatoram piedēvētās labās īpašības piemita tikai maijā mēnesī un attiecībā uz pārdoto aviobiļešu uz čartera reisiem skaitu.

Pirmkārt, ir norādāms, ka izvērtējumu apgalvojuma „Nr.1” lietojumam reklāmā ietvertajos paziņojumos Konkurences padome ir devusi iepriekš savos lēmumos, kuros atzīts, ka *pašslavinoša rakstura paziņojumu izmantošana tirgus dalībnieka reklāmā, izņemot salīdzinošu reklāmu Reklāmas likuma 9.panta izpratnē, kamēr to pareizība, patiesums un precizitāte nav objektīvi pārbaudāma, ir pieļaujama; ka saskaņā ar Latvijas Republikas Civillikuma 1618.pantu lietas slavēšana vispārējos izteicienos neuzliek atsavinātājam nekādus citus pienākumus, bez tās atbildības, ko nes katrs atsavinātājs* (skat. Konkurences padomes 05.06.2002. lēmums Nr.29, <http://www.kp.gov.lv/>; Konkurences padomes 06.04.2004. lēmums Nr.31, publicēts Latvijas Vēstnesis, 21.04.2004., Nr.62). Līdz ar to Konkurences padome pievienojas jau iepriekš sniegtajiem secinājumiem, arī izvērtējot šo Reklāmu.

Izvērtējot lēmuma 12.punktā norādītajos masu informācijas līdzekļos izplatītajā Reklāmā sniegto informāciju kopumā, secināms, ka Reklāmā sniegtajā Paziņojumā „tūroperators JTL -Nr.1 Latvijā” nav ietverta informācija, kas attiecas uz konkrētu nomināciju, kurā konkrētais tūrisma operators ir atzīstams par Nr.1 Latvijā.

No lietā esošās Latvijas tūrisma operatoru SIA „Tez Tour” un a/s „Alida Tūrs”, kā arī Latvijas Tūrisma aģentu asociācijas sniegtās informācijas (skat. lēmuma 3.-5.punkts) secināms, ka Latvijā nav izstrādāti un nepastāv vienotu kritēriju kopums, kādiem jāpiemīt tūrisma operatoram, lai tam būtu konkrētajā nozarē vispārāzītas tiesības saukt sevi par „tūrisma operatoru Nr.1 Latvijā”. Ņemot vērā minēto, secināms, ka apgalvojuma „tūrisma operators Nr.1 Latvijā” izmantošana ir atkarīga gan no subjektīviem, gan objektīviem kritērijiem, to kopuma. Līdz ar to Konkurences padome uzskata, ka šādu pašslavinošu, vispārēju informāciju saturošs paziņojums, ņemot vērā to, ka nav nosakāmi konkrēti objektīvi kritēriji šāda paziņojuma pārbaudei, nav atzīstams par Reklāmas likuma 3.panta pirmajā daļā un 8.pantā reklāmai izvirzīto vispārējo prasību un aizliegumu pārkāpumu, ja vien šādam paziņojuma ir pietiekams pamats [t.i., atbilst kādam no lietā aptaujāto ar tūrisma nozari saistīto personu norādītajiem kritērijiem, kas, reklamējot sevi, pieļautu lietot paziņojumu „tūroperators Nr.1 Latvijā”: pārvadāto pasažieru skaits, apgrozījums, atpazīstamība tirgū un laba reputācija, piedāvāto pakalpojumu kvalitāte, piedāvāto tūrisma pakalpojumu cena u.c.]

SIA „Juniversal” 24.07.2007. vēstulē Nr. 24/07/07/02 Konkurences padomei ir sniegusi pamatojumu Reklāmā ietvertā Paziņojuma „tūroperators JTL –Nr.1 Latvijā” atbilstībai Reklāmas likuma noteikumiem, kas, ņemot vērā iepriekš norādīto, uzskatāms par pietiekamu.

Otrkārt, izvērtējot Iesniegumā norādītajā Reklāmā sniegto informāciju kopumā, Reklāmas pasniegšanas veidu un noformējumu, secināms, ka ne televīzijā, ne radio izplatītajā Reklāmā patērētājiem netiek norādīts un līdz ar to nav uztverams, ka JTL (jeb SIA „Juniversal”) ir vadošais un labākais tūrisma operators Latvijā, kā to norādījis Iesniedzējs. Kā apstiprina televīzijā izplatītās Reklāmas saturs (skat. lēmuma 12.punkts), televīzijā izplatītajā Reklāmā patērētāji faktiski tiek informēti par tūrisma operatora JTL labajām

īpašībām, norādot, ka tūrisma operators JTL ceļotājiem nodrošina labu un bezrūpīgu servisu (televīzijā sniegtās Reklāmas teksts: „*Esat pieraduši pie laba servisa? Tātad atpūtieties ar JTL! Atpūta ar tūroperatori JTL –laiks bez rūpēm!*”). Apstrīdētais Reklāmas Paziņojums „tūroperators JTL –Nr.1 Latvijā” televīzijā izplatītajā Reklāmā ir sniegts Reklāmas nobeigumā, turklāt tas tiek attēlots īsu brīdi un tikai vizuālā veidā (ne verbāli).

Savukārt, kā apstiprina radio izplatītās Reklāmas saturs (skat. lēmuma 12.punkts), radio izplatītajā Reklāmā galvenais uzsvars likts uz patērētāju informēšanu par tūrisma operatora JTL rīkotajām akcijām un piedāvātajām atļaidēm ceļojumiem uz konkrētām vietām jūlija mēnesī.

Konkurences padome norāda, ka tūrisma operatoru pakalpojumu sniegšanas tirgus ir specifisks oligopolistisks tirgus, kur klientu piesaistē liela nozīme ir tūroperatori piedāvātajām kvalitatīvajām priekšrocībām, kas, kā jau iepriekš konstatēts lēmumā, ir uzsvērts SIA „Juniversal” sniegtajā Reklāmā. Cita starpā, tādu paziņojumu, kuru saturs ir neskaidrs to pašslavinošā vai pārspīlējošā rakstura dēļ, ietekme uz mērķauditoriju ir maznozīmīga.

[17] Ņemot vērā lēmuma 16.punktā konstatēto, Konkurences padome atzīst, ka SIA „Juniversal”, sniedzot Reklāmu, nav pārkāpusi Reklāmas likuma 8.pantā noteikto maldinošas reklāmas aizliegumu.

Pamatojoties uz Reklāmas likuma 1.pantu, 8.pantu, 10.pantu, 13.panta pirmo daļu, 14.panta ceturto daļu, 15.panta sesto un septīto daļu, Konkurences likuma 8.panta pirmās daļas 4.punktu, Konkurences padome

nolēma:

Izbeigt lietas Nr.1293/07/0/12 izpēti.

Konkurences padomes lēmumu saskaņā ar Konkurences likuma 8.panta otro daļu var pārsūdzēt Administratīvajā rajona tiesā viena mēneša laikā no lēmuma spēkā stāšanās dienas.

Priekšsēdētāja

I.Jaunzeme